INFORME COMPROMISOS LABORALES

Gabriela Llanos López

Gerencia de Ciudad
Alcaldía de Barranquilla

1. Presentación Gran Premio del Caribe













2. DATABAQ - Tren turístico

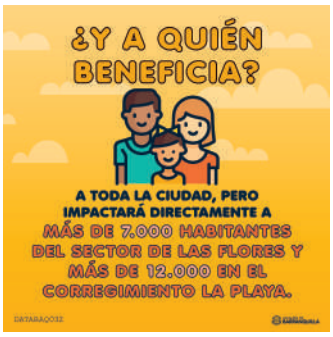










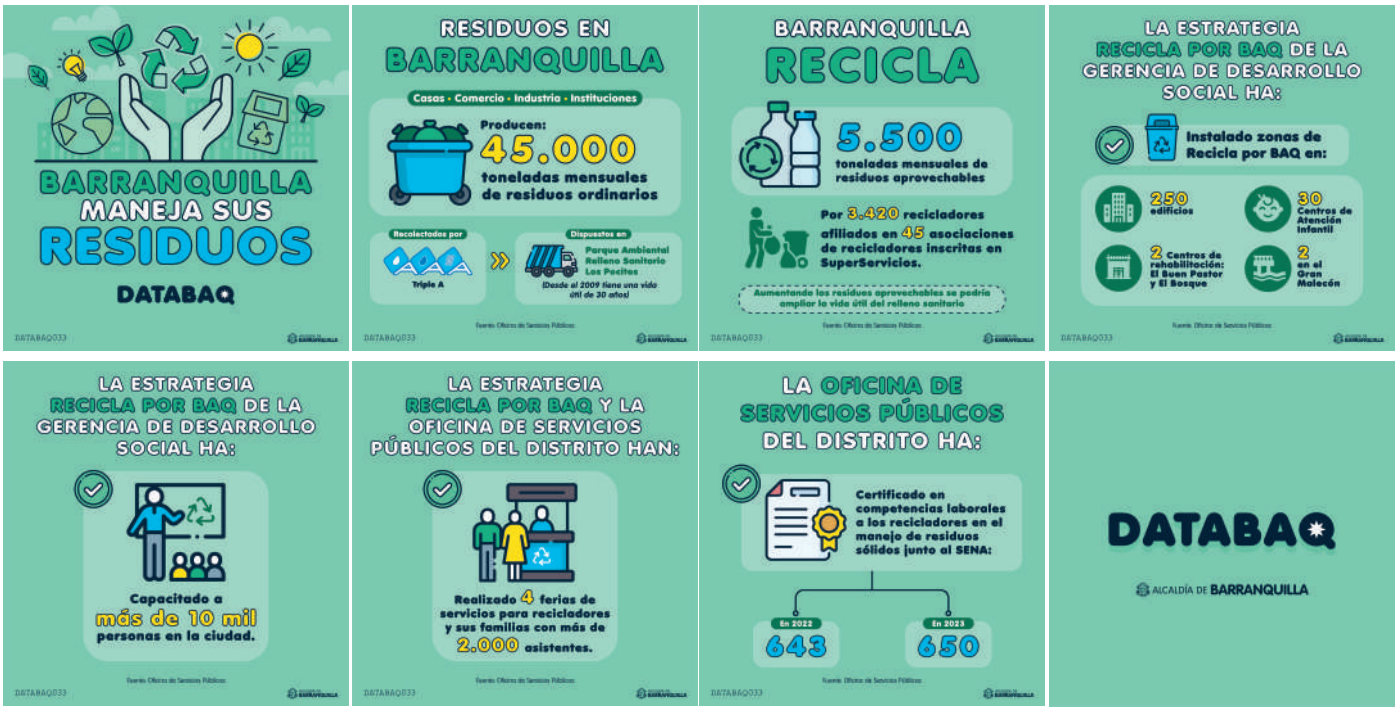




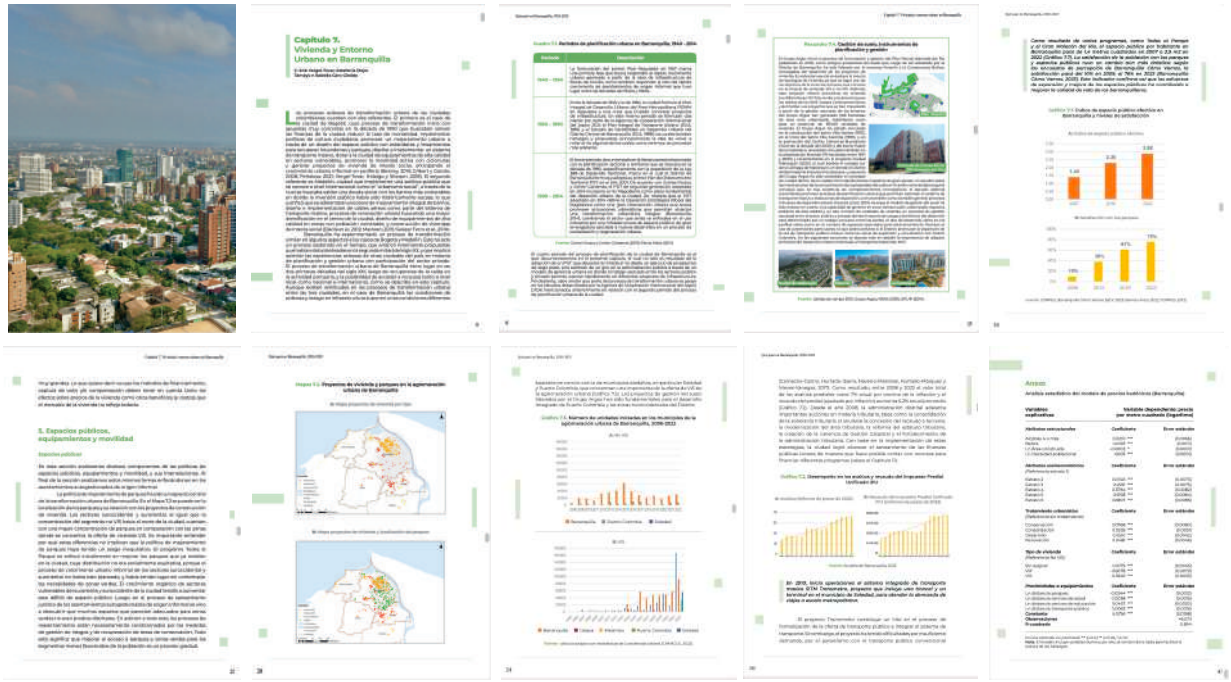
3. DATABAQ - Día Mundial de las Aves



4. DATABAQ - Residuos Barranquilla



5. Propuesta diseño libro



6. Diseño para cortinilla video - Gerencia Responde



7. Diagramación documento Vacunación



1. El proceso

A continuación, se describe el proceso desarrollado en el marco del Plan de Vacunación Distrital de Barranquilla.

1.1. CONFORMACIÓN DEL EQUIPO

Las instituciones son las personas que las conforman. Cuando se definió que en Colombia se empezaría el proceso de vacunación contra COVID-19, la Alcaldía de Barranquilla conformó un equipo multidisciplinario con la consigna de inmunizar la población de la ciudad lo más pronto posible.

Médicos, enfermeros, ingenieros, economistas, psicólogos, sociólogos, comunicadores y otros profesionales sostuvieron extensas sesiones diarias para planificar las actividades y monitorear lo que posteriormente sería el Plan de Vacunación Distrital de Barranquilla.

Estos profesionales constituyeron el Comité de Vacunación Distrital, órgano que impartía las directrices para la vacunación COVID-19 de la ciudad, investigaba y analizaba el contexto internacional, las estrategias y ejecución de planes de vacunación de otros países donde ya había iniciado el proceso de vacunación.

Sesión Comité de Vacunación COVID-19

En un principio, el comité se enfocó en tener insumos de información que pudieran servir como guía para disminuir la curva de aprendizaje sobre el proceso, aprender de los errores de otros países y replicar los modelos exitosos.

El comité estaba conformado por representantes de las diferentes dependencias de la Alcaldía y desempeñaron funciones acordes a sus competencias.

La **Secretaría de Salud** estaba a cargo de la coordinación de actividades con todas las instituciones del sector salud, clínicas, hospitales, aseguradoras en salud, entre otras. Era también la responsable del manejo físico (recepción, distribución y monitoreo) de las vacunas.

La **Secretaría de Comunicaciones** tenía la función de atender el importante reto de la difusión y generar confianza en el proceso, planificar y ejecutar las estrategias para hacer frente a la avalancha de desinformación que existió sobre la vacunación contra el COVID-19. Paralelamente libró los esfuerzos para convocar a cientos de miles de personas a recibir sus vacunas de manera organizada en los puntos de vacunación.

La **Gerencia de Tecnología de la Información y Comunicaciones** estuvo a cargo de todo el soporte tecnológico del proceso, proporcionaron conectividad y desarrollaron el Sistema Unificado de Agendamiento el cual permitió un trabajo articulado entre los equipos de vacunación en los centros de vacunación móviles. También pusieron a disposición del proceso canales digitales de atención y soporte para los ciudadanos.

La **Oficina de Atención al Ciudadano** jugó un rol clave para el contacto directo con los ciudadanos, dispusieron de sus canales de atención en oficinas y call-center para orientar a las personas y despejar las dudas del proceso de vacunación, también adelantó importantes campañas de demanda inducida con el envío de mensajes de texto y llamadas telefónicas.

La **Secretaría de Desarrollo Económico** apoyó las gestiones para vincular en la vacunación COVID-19 a las empresas y gremios, establecieron alianzas para ofrecer incentivos para la vacunación (flexibilización del horario laboral, así como dar cumplimiento a las disposiciones del Ministerio de Salud y Protección Social (MSPS) con relación a los compromisos de inmunización en el entorno laboral.

La **Secretaría de Planeación** tenía a su cargo el análisis de datos y brindaba soporte y asesoría en los procesos estratégicos de la vacunación. En ese sentido operaba como un eje articulador de los esfuerzos de las diferentes dependencias de la Alcaldía.

La **Gerencia de Proyectos Especiales** estuvo a cargo de la habilitación de todos los puntos de vacunación masivo de la ciudad, así como el mantenimiento de su operación, estos puntos fueron determinantes para el rápido avance de la vacunación.

La **Secretaría de Gestión Social** tuvo un rol preponderante en la identificación y búsqueda de personas priorizadas para vacunación y en su seguimiento de segundas dosis y refuerzos. Al manejar los programas sociales de la Alcaldía, lo dependencia tenía información importante de la población objetivo, específicamente de los adultos mayores que fueron un foco del proceso de vacunación por su mayor riesgo de contagio y fallecimiento (Mayores de 60 años).

Milleal IPS, que es la entidad pública prestadora de servicios de salud, estuvo a cargo directamente de varios equipos y puntos de vacunación. Con su programa comunitario de la salud desplegó jornadas de vacunación en los diferentes barrios de la ciudad. Esta entidad atiende cerca de 600 mil afiliados, especialmente de sectores vulnerables de la sociedad.

La **Secretaría General** es la dependencia en la Alcaldía que está a cargo de todos los procesos administrativos, como compras y contrataciones, de manera que su apoyo transversal fue clave durante todo el proceso, garantizando recursos necesarios y oportunos para dar soporte al proceso de vacunación.

La **Oficina de Seguridad** estuvo a cargo de garantizar la seguridad en la distribución y custodia de las vacunas. Las biológicas tuvieron un alto valor económico y estratégico al iniciar el proceso, por las noticias en medios de comunicación se supo que en muchos lugares se presentaron robos de estos, por lo cual el Ministerio de Salud y Protección Social (MSPS) dispuso de unos protocolos especiales para escoltar y acompañar los cargamentos con dosis de vacunas.

1.2. DESPLIEGUE DE CAPACIDAD DE VACUNACIÓN (OFERTA DE VACUNAS)

Una de las metas del equipo de trabajo fue desplegar rápidamente una plataforma logística-administrativa para que millones de personas accedieran a vacunas contra el COVID-19 de manera organizada y segura, pese la circulación del virus era una amenaza latente.

En Barranquilla se tenía claro por el estudio de las experiencias en otros países, que el éxito del proceso de vacunación estaba determinado por la disponibilidad de biológicos y por la gestión eficaz de los procesos logísticos. Sobre el primer aspecto no se tenía influencia alguna pues este estuvo a cargo de la nación directamente con los laboratorios de vacunas, pero el aspecto logístico sí era un ámbito donde en el cual el ente territorial podría tener un rol decisivo.

Con esto en mente, se pusieron en marcha un conjunto de medidas para dispensar de las mejores condiciones para la distribución y aplicación de vacunas. En primera instancia se intervinieron las instalaciones del edificio de la Oficina de Salud Pública, pues este era el lugar de la ciudad al que llegarían los biológicos asignados por el Ministerio de Salud y Protección Social (MSPS), así, se pretió como el nodo central de la operación logística para la distribución local de vacunas COVID-19 en Barranquilla.

En términos generales, en este lugar:

- **Se adecuaron las instalaciones del cuarto frío.**
- **Se instaló un nuevo ultra congelador en cooperación con la Universidad Simón Bolívar.**
- **Se habilitó un nuevo cuarto de residuos.**
- **Se modernizó el circuito cerrado de televisión.**
- **Se aumentó la velocidad y confiabilidad del servicio de internet.**
- **Se implementó monitoreo satelital de temperatura donde se conservaban las vacunas en ultracongelación.**
- **Se repotenciaron las instalaciones eléctricas y plantas de respaldo.**
- **Se incorporó nuevo mobiliario y menaje para facilitar la administración de biológicos.**

De esto forma se estableció la infraestructura para dar soporte a una operación logística de gran envergadura, buscando la mayor eficiencia y confiabilidad del proceso.

Vacunación en almacén de farmalagos

Desde este lugar se distribuyeron los biológicos a las Instituciones Prestadoras de Salud IPS, entidades responsables de la aplicación de vacunas, quienes, a su vez, las distribuían en sus diferentes puntos de vacunación en la ciudad.

Estos puntos de vacunación eran los lugares donde tenía lugar la aplicación de las vacunas, en cada punto de vacunación había más de un puesto de vacunación, los cuales estaban dotados con equipos de enfermería y todas las facilidades para una estadía confortable y segura.

Dichos puntos estaban distribuidos de manera que la ciudad tuviera una cobertura geográfica completa. De esa al ciudadano, era importante que estos lugares fueran cercanos y conocidos para ellos.

Fue en la etapa de planificación de la vacunación COVID-19 que se evaluaron todos los lugares posibles donde podría funcionar un puesto de vacunación y se adelantaron las gestiones para dar estabilidad a los mismos. Se habilitaron puntos de vacunación en lugares con concurrencia de personas como centros comerciales, universidades, colegios, iglesias y parques. Adicionalmente a los puntos de vacunación masivos, se habilitaron algunas sedes de las instituciones de salud públicas y privadas.

Vacunación en drogueria

Auto vacuna Estio Real

Vacunación en centro comercial

Vacunación en parque.



Si bien desde la Alcaldía se diseñaron e implementaron las estrategias para la vacunación contra el COVID-19, sin la respuesta decidida de los ciudadanos no se lograrían los resultados esperados.

Vacunación al barrio

Asegurar la asistencia de las personas era un objetivo fundamental y el ciudadano debía ser el actor clave del proceso. El objetivo entonces fue que la gente accediera a la vacuna de la forma más fácil posible.

Desde Barranquilla se observó que en algunos territorios del país se contaba con biológicos suficientes para su población y toda la infraestructura necesaria para su aplicación en puntos de vacunación fijos, pero las personas no acudían a los puntos, de manera que había que ser creativos y buscar las soluciones al momento de llevar la vacuna a los ciudadanos para no fracasar.

Se efectuó la posibilidad de que organizaciones que agruparan más de 50 ciudadanos podían solicitar a la alcaldía el desarrollo de jornadas preferenciales.

Así, se movilizaron Unidades Móviles de Vacunación para jornadas mañana, tarde y noche, en donde se aplicaron vacunas contra el COVID-19 a solicitud de organizaciones. Esta posibilidad se ofreció a empresas, iglesias, gimnasios, colegios, asociaciones de padres de familia, administradores de conjuntos residenciales, organizaciones de vecinos, organizaciones de estudiantes, etc. La jornada se desplegaba una vez se confirmaba la agenda de personas a vacunar.

En ese mismo sentido, se desarrolló una estrategia de despliegue de los puntos itinerantes, los cuales fueron equipos de vacunación móviles con capacidad de desplazarse a cualquier lugar con los cuales se dio cobertura en las cinco localidades de la ciudad.

16

En alianza con las aseguradoras, los puntos itinerantes cumplieron una programación muy completa en barrios que poseían inaccesibles. Estos puntos cumplieron un rol muy especial en la vacunación de personas mayores con problemas de movilidad ya sea por condiciones de salud o discapacidad, o por dificultades económicas para trasladarse.

En un ejercicio de cooperación, una importante empresa de transporte terrestre dispuso de un bus habilitado como punto de vacunación móvil, la Alcaldía de Barranquilla asumió los costes de combustible y conductor para el mismo. Aprovechar la credibilidad como estrategia para convocar aliados y liderar en tiempos de incertidumbre fue un factor decisivo en la vacunación.

En ese mismo sentido, con el sector privado se desarrollaron puntos y campañas especiales de vacunación. Esto requirió el establecimiento de alianzas y acuerdos dinámicos que dieran flexibilidad a los puestos de vacunación. En varios casos, este ejercicio fue prueba y error.

Cabe destacar que estas alianzas se realizaron con diferentes niveles de formalidad. En algunos casos la colaboración fue espontánea y no requirió más protocolos que unas sencillas llamadas telefónicas dado el interés de avanzar rápidamente y no entorpecer las iniciativas con protocolos innecesarios. Por ejemplo, algunos gremios y empresas convocaron a sus empleados, y sólo bastó coordinación telefónica para que los equipos de vacunación se presentaran a la hora y fecha acordada para proceder con la vacunación.

En otros casos en los que se requería de mobiliario o el préstamo de instalaciones físicas, se debían extender las consultas, permisos o si era el caso, elevar contratos y disponibilidad de recursos. Una iniciativa que merece destacar es la vacunación que adelantaron las cajas de compensación familiar con un fi interés y respaldo de diferentes sectores de la sociedad fue fundamental, y la importancia de incorporar las inquietudes y expectativas de todos estos sectores en el análisis rindió sus frutos, este importante aspecto se desarrollará a continuación, y aplicando hasta 18.560 dosis por día.

1.3. RESPUESTA DE LOS CIUDADANOS (DEMANDA DE VACUNAS)

El despliegue de la capacidad de vacunación en la ciudad era sólo la mitad del trabajo. La otra mitad consistía en que la población acudiera a los puntos de vacunación. Si bien la llegada de las vacunas contra el COVID-19 traía esperanza a millones de personas, también trajo una enérgica oposición desde los movimientos antivacunas a nivel mundial, generando escepticismo y resistencia hacia la vacunación.

A esto se sumó el miedo natural resultante de estar viviendo un tiempo difícil de la historia como lo es una pandemia. La incertidumbre estaba presente y el temor específico a inocularse con una sustancia de reciente creación generaba dudas y suspicacias.

La campaña de comunicaciones Bagunia Tu Vida enfrentó esta situación desmintiendo la avalancha de desinformación, proporcionando contenidos veraces para generar confianza en las vacunas y hacer a los ciudadanos protagonistas del proceso de inmunización. Para lograr esto se emprendieron acciones para generar aceptación, confianza, seguridad y credibilidad en la política de vacunación contra la COVID-19.

17

Diferentes estudios y sondeos realizados en diferentes países durante el inicio de la vacunación coincidieron en que las razones específicas por las que las personas rechazaban la vacuna COVID-19 fueron:

- Percepción de que las vacunas desarrolladas no eran efectivas.
- Posibles efectos secundarios de la vacuna a largo plazo.
- Desconfianza en el proceso de producción de la vacuna y la reputación de los laboratorios farmacéuticos.
- La vacuna era innecesaria. Ya sea porque la persona creía ser inmune por haber padecido ya el contagio, sin consecuencias (entre más jóvenes mayor rechazo), o por creer que se cuida lo suficiente y está exento de contagio.
- Prejuicio religioso y/o teorías conspirativas (la gente de filiación conservadora fue menos propensa a vacunarse, citando que están experimentando con los adultos mayores, o que les van a implantar microchips o similares).
- Inelegibilidad por tener comorbilidades.
- Dificultades de movilidad (falta de acompañante, recursos para el transporte, discapacidad).
- Miedo a las agujas.

La campaña de comunicaciones incorporó este imaginario y tuvo en cuenta las orientaciones consignadas en la estrategia de vacunación contra COVID- 19 del Ministerio de Salud y Protección Social (MSPS), como por ejemplo desmentir la información falsa a través de validadores y publicación y difusión de literatura especializada.

La estrategia de comunicaciones estuvo diferenciada por grupos de edad, de manera que se diseñaban los mensajes de acuerdo con el público objetivo. Mientras a los jóvenes les podía interesar estar vacunados para acceder a la agenda cultural y de eventos, los adultos podían estar interesados en vacunarse por asuntos laborales, económicos y de salud.

Cada grupo mostraba diferentes motivaciones y se aprovechó esto para enfocar los mensajes y canales utilizados. Por ejemplo, se utilizaron publicaciones novedosas y divertidas en redes sociales (Instagram, tiktok, Twitter) para llegar a los públicos más jóvenes, con ayuda de influenciadores.

Para públicos más selectos se desarrollaron charlas en formato de foro donde los invitados eran reputados especialistas y autoridades médicas, los cuales resaltaban la importancia de la vacunación y persuadían al público con argumentos científicos. El impacto de esto se amplificaba con la transmisión en vivo de las charlas vía YouTube.

Se desarrollaron también campañas temáticas por sectores, categorías y grupos sociales resaltando para cada segmento la importancia de su inmunización. A continuación, se presentan las campañas de vacunación más relevantes:

- Vacunación de docentes (colegios y universidades).
- Vacunación de solidaridad (Vacunas para migrantes venezolanos, en asocio con la empresa Monómeros Colombo-Venezolanos).
- Vacunación de gestantes y niños de 12 a 16 años.
- Vacunación niños 3 a 11 años.

18

Atentamente,

Gabriela Llanos

GABRIELA LLANOS LÓPEZ
C.C. 1.140.879.833